

### **Особливості функціонування мовної гри в сучасному англомовному новинному медіатексті.**

Дослідження будь-якого явища обов'язково передбачає розгляд та аналіз функцій, які воно виконує в системі соціальної діяльності. Це пов'язано з тим, що процеси, які відбуваються в кожній системі соціальної діяльності, визначаються, в кінцевому рахунку, тим, що вона виконує певну функцію у більш широкому цілому. Так, використання явища мовної гри в медійних, зокрема новинних, текстах стало однією з найяскравіших прикмет сучасного інформаційного простору. Як зазначає С.І. Сметаніна, «вірус» гри просяк сьогодні «в інформативні та аналітичні матеріали телебачення та друкованих ЗМІ» [12]. Широке проникнення гри в новинні матеріали змушує замислитися над тим, якому «прагматичному завданню» це відповідає. Спроба вирішити це завдання й вивчити функції мовної гри в новинному медіатексті становить а к т у а л ь н і с т ь нашого дослідження.

Аналіз численних лінгвістичних робіт, присвячених мовній грі, дозволяє виявити розмаїття притаманних їй функцій. Водночас, слід зазначити, що дослідження вчених часто містять розрізнені й невичерпні відомості щодо характеру й найменування тих чи інших функцій, а також відображають різне розуміння однієї й тієї ж функції. Узагальнення всіх поширених у лінгвістиці поглядів на мовну гру та розробка власної класифікації функцій, які виконує мовна гра в новинному медіатексті, є м е т о ю нашого дослідження.

П р е д м е т о м дослідження є мовна гра.

О б ' є к т о м дослідження є функції мовної гри в новинному повідомленні.

Визначення функцій мовної гри неможливе без розгляду функцій мови та ЗМІ. Розглянемо найбільш відому класифікацію функцій мови Р.О. Якобсона, в якій виділяється шість функцій, згідно з учасниками й аспектами його ж моделі комунікації. Модель Р. О. Якобсона є цікавою, оскільки застосовується як для аналізу мови та комунікаційних систем в цілому, так і для функціонального дослідження окремих мовних і комунікативних актів і комунікативних подій. Згідно з задумом вченого, кожному з шести елементів, факторів мовної комунікації (відправник, контекст, повідомлення, канал, код, адресат) відповідає особлива функція мови. Під "функцією мови" дослідник має на

увазі спрямованість, "установку" або призначення (роль) самого повідомлення стосовно інших факторів мовного спілкування. Отже, Р. О. Якобсон виділяє наступні функції мови:

1. емотивну (експресивну) – виражає ставлення адресанта до предмету мовлення; надає певної тональності всьому висловлюванню;
2. конотативну (апеляційну або засвоєння) – полягає у залученні уваги іншої особи та спонукання її до якоїсь дії;
3. референтативну (комунікативну) – головна функція повідомлення; співвідноситься з предметом, про який йдеться, та відношення повідомлення до нього або контексту;
4. фатичну – спрямована на встановлення контакту; встановлює, продовжує або зупиняє комунікацію;
5. метамовну – встановлює тотожність висловлювання;
6. поетичну – зосереджує увагу на повідомленні заради нього самого; притаманна поетичному повідомленню, в повідомленнях іншого типу є вторинною, допоміжною [13].

Оскільки ЗМІ являють собою опосередковану форму спілкування, спеціальний засіб зв'язку між різними носіями влади, а також між державою і громадянами, серед виділених функцій мови ЗМІ передусім притаманні референтативна, конотативна та фатична функції мови.

Так, різновидом референтативної функції вважаємо інформативну й аналітичну функції ЗМІ:

- інформативна – полягає в тому, що ЗМІ доводять до відома аудиторії інформацію про факти та події, які мають місце в житті суспільства. Ця функція притаманна здебільшого оперативним повідомленням репортажного характеру;
- аналітична – суттю якої є те, що ЗМІ осмислюють, коментують факти, події, тенденції розвитку тих чи інших процесів у суспільстві.

Виокремлювані більшістю дослідників рекламну, ідеологічну й культурно-освітню функції ЗМІ (див., напр., [4; 10]) можна вважати різновидами конотативної функції мови:

- рекламна – ЗМІ задовольняють утилітарні потреби громадян;
- ідеологічна – ЗМІ характеризуються широким діапазоном впливу – від висвітлення фактів до впливу на загальну думку, цінності, ідеали та світосприйняття;
- культурно-освітня – ЗМІ формують політичну та економічну культуру, забезпечують етичне та естетичне виховання, поширюють знання з різних галузей;

Щодо фатичної функції мови, вважаємо, що в ЗМІ вона представлена комунікативною функцією, яка полягає в тому, що ЗМІ встановлюють контакт, налагоджують спілкування між різними верствами населення;

ЗМІ також виконують розважальну функцію, оскільки вони виступають формою відпочинку, знімають напруження, дозволяють отримати задоволення. Ця функція ЗМІ, на нашу думку, є різновидом емотивної та поетичної функцій мови.

Застосуємо виокремлені функції до аналізу функцій мовної гри в новинному повідомленні. Мовна гра припускає дві принципово різні форми існування. По-перше, вона може функціонувати в літературних жанрах, які спеціально існують для її реалізації. По-друге, мовна гра може функціонувати на сторінках текстів, для яких вона не є обов'язковою, безумовною ознакою. Так, явище мовної гри є притаманним здебільшого художньому тексту, автор якого намагається якомога ефективніше донести до читача свої думки та почуття, привернути увагу, принести естетичне задоволення тощо.

Головною ж метою новинного медіатексту є оперативне, точне та неупереджене повідомлення. Тому, з усіх вищезазначених функцій ЗМІ, новинному повідомленню передусім притаманна інформативна функція. Будучи базовим текстом ЗМІ, новини виконують головну функцію повідомлення й одну з основних функцій мови – референтативну (за Р. Якобсоном). Реалізації цієї мети має бути підпорядковане й уживання в новинному тексті мовної гри, але, за нашими спостереженнями, уживання цього прийому в текстах новин покликане виконувати не лише інформативну, а й багато інших функцій.

Однією з основних функцій мовної гри, яку виділяють лінгвісти, є комічна функція. Як зазначається в колективній монографії «Російська розмовна мова», «В розмовній мові мовна гра виступає особливим видом комічного. Вона має викликати посмішку, сміх, створити жартівливий настрій або іронічне ставлення» [5, с. 174]. В новинному ж повідомленні ця функція мовної гри набуває дещо іншого характеру. Зазвичай говорять про руйнуючу силу сміху. Без сумніву, «сміх – одне з найпотужніших знарядь руйнування» [3]; «сміх – найстрашніша зброя: за допомогою сміху можна вбити все...» [6]. Використання цієї властивості мовної в новинному повідомленні дає змогу говорити про дискредитуєчу функцію. Роблячи жалюгідним, смішним, недостойним предмет, явище або особу, що зображуються, адресант дискредитує його, робить недостойним уваги. Цю функцію мовної гри можна вважати різновидом аналітичної функції ЗМІ, яка імпліцитно реалізується в новинному повідомленні за допомогою мовної гри, і є, в свою

чергу, проявом референтивної функції мови (за Р. Якобсоном). Адже властивістю саме аналітичної функції ЗМІ є висування судження й оцінок.

Наступний приклад є ілюстрацією того, як ігрова побудова сюжету та іронічна подача матеріалу знижують значимість і дискредитують імідж політиків:

*Is Haiti election set for new twist thanks to Aristide?*

*On Sunday, a grandmother takes on a pop star for the right to run a country.*

*It is said to be the strange end to what has been no ordinary election in an extraordinary year-and-a-bit for Haiti.*

*And there could be a further twist to the tale amid speculation that the country's former president, Jean-Bertrand Aristide, is set to return from exile in the coming days.*

*Mirlande Manigat, a 71-year-old grandmother of three and a wife of a former president, and Michel Martelly, a 50-year-old singer known to his fans as "Sweet Micky", are the two left standing after an election process with all the intrigue of a soap opera.*

*Mrs Manigat and Mr Martelly have been cast in very different roles...*

*Sweet Micky is a star performer of compa who likes to drop his trousers on stage. The youngsters who cheered at his concerts now cheer with equal passion at his political rallies. (BBC NEWS)*

Мовна гра вживається також як спосіб вираження емоцій, як інтелектуальна провокація з боку адресанта. В ній проявляються емоції, що спонукають мовну особистість до пошуку слів, які найбільш точно відображають емоційний стан людини [9, с. 199]. З точки зору когнітивних і прагматичних завдань, мовна гра є результатом інтенції, потреби мовної особистості виразити, дати розрядку емоціям, передати емоційне ставлення до об'єкту мовлення, а також емоційно вплинути на адресата [9]. В даному контексті мовна гра стає потужним оцінним механізмом, який керує громадською свідомістю, якщо йдеться про використання даного явища в медійних текстах, зокрема й новинних. За допомогою мовної гри адресант може висловити своє суб'єктивно-оцінне ставлення до того, про що говорить, дати оцінку предмету мовлення. В цьому контексті доречно говорити про експресивну функцію мовної гри. Ця функція полягає в тому, щоб певним чином висловити своє ставлення до предмету розмови, надати певної тональності всьому повідомленню. Вживання мовної гри в цьому контексті є прямою реалізацією емотивної функції мови, що не є безпосередньою функцією новинного повідомлення. Слід

замислитись, якому прагматичному завданню це відповідає. Вважаємо використання мовної гри в цьому контексті також проявом аналітичної функції ЗМІ. Порівняймо, наприклад, заголовки двох різних видань до однієї новини:

*G8: Libya's Gaddafi 'should go', say world leaders. (BBC News)*

*G8 leaders throw weight behind Arab Spring. (YAHOO! NEWS)*

Як бачимо, перше видання використовує нейтральний заголовок, в той час, як друге видання передає критичне ставлення до подій за допомогою емоційно-забарвленої лексики.

Ще одним проявом аналітичної функції ЗМІ, яку в новинному повідомленні виконує мовна гра, є маскуюча функція. В.З. Санніков стверджує, що «ця функція мовного жарту має прагматичну основу – стосується не змісту того, що описується, а відносин між адресантом і адресатом (адресатами), прийнятих ними домовленостей: мовний жарт дозволяє обійти “цензуру культури”. Зараз, коли попит прийшов нам на допомогу, ми знову можемо сміятися над непристойним. Мовець “ховається за мову”. Мовна гра в цьому випадку виступає засобом евфемізації або приховування змісту» [11, с. 27-28]. Така особливість мовної гри є причиною її широкого вжитку в новинних медіатекстах. В наведеному нижче прикладі бачимо, як за допомогою мовної гри, а саме прецедентного тексту, автор завуальовано передає критичне ставлення до події:

*My Big Fat Gypsy Funeral: Roads closed and thousands turn out as fleet of 10*

*MERCEDES carry mourners to traveller's memorial*

*Traffic was brought to a standstill by the huge funeral procession of one of the founders of Europe's biggest traveller site which featured on My Big Fat Gypsy Wedding.*

*William Saunders, known as Bluey, was carried in a Rolls Royce hearse followed by a fleet of posh black Mercedes and cortege of white pick-up trucks, vans and lorries along the busy A127 dual carriage from his home at the notorious Crays Hill camp.*

*Police officers closed off roads in the area and officers in cars were stationed along the route leading to the cemetery... (Daily Mail)*

Як бачимо, виділений фрагмент заголовку є посиланням на популярне реаліті-шоу My Big Fat Gypsy Wedding, яке транслювалося на британському каналі Channel 4.

Інша важлива функція мовної гри, про яку згадують майже всі дослідники, – це естетична функція. Підставою для виокремлення даної функції є розуміння мовної гри як виду «непродуктивної діяльності, мотив якої полягає не в її результаті, а в самому процесі». Естетизм проявляється в «новизні форми, в перенесенні акценту з того, про що йдеться, на те, як про це йдеться» [2]. Тотожними цій функції, на нашу думку, є такі функції мовної гри, як поетична, виразності мовлення, зображальна, пом'якшуюча. Як згадувалося вище, при розгляді функцій мови, естетична функція притаманна лише поетичному твору, а в творах іншого жанру вона може бути лише допоміжною. В новинному повідомленні ця функція (й тотожні їй функції) спрямована лише на оптимізацію інформаційного впливу на читача. Так, у наступному заголовку алітерація та алюзія підсилюють ефект оцінки в заголовку:

*Rupert Murdoch's humble pie as legend crumbles (The Scottish Sun)*

В статті йдеться про судове засідання над одним з наймогутніших медіа-магнатів, після гучного скандалу з прослуховуваннями телефонних розмов громадян та подальшим закриттям його періодичного видання News of the World. Як бачимо, за допомогою алюзії, заголовок цієї статті передає почуття магната в той час, як руйнується його імперія. Алітерація, створена за допомогою лексичних одиниць *humble* та *crumble*, робить заголовок ще більш експресивним.

Суміжною естетичній, на нашу думку, є розважальна функція. Граючи, мовець може й не ставити перед собою ніяких інших цілей, крім однієї – «не бути нудним, додати спілкуванню невимушеності, розважити себе й співрозмовника, й з цією метою висловитися незвично» [5, с. 174]. Що стосується новинного повідомлення, варто зазначити, що вищезгадана функція є також прагматично значущою й для новинного повідомлення. Мовна гра тут є засобом зниження офіційності повідомлення та розваги читача. Там, де повідомлення забарвлене іронічно-ігровими формами, воно вже не може звучати офіційно, й тому найкращим способом зниження «офіційного тону» є включення в повідомлення розважально-ігрових моментів [8]. Цю функцію вважаємо різновидом поетичної функції мови. Наприклад:

*No kissing please, we're German: Etiquette group calls for ban on workplace kissing*

*A German etiquette group has called for a total ban on work colleague kissing one another in the office, claiming a peck on the cheek is a form of 'terrorism'... (MailOnline)*

Наведений уривок новинного повідомлення ілюструє, як ігровий заголовок не лише привертає увагу читача, а й знижує офіційність повідомлення.

Ще однією функцією, яку виконує мовна гра в ЗМІ, зокрема і в новинному повідомленні, є атрактивна або контактовстановлююча функція – створює (встановлює) й підтримує контакт між комунікантами. Цю функцію мовної гри можна вважати прямою реалізацією рекламної функції ЗМІ, яка відповідно є проявом конотативної функції мови. В даному випадку мовна гра є засобом завоювання читача, привернення та утримання його уваги та підтримки з ним невимушеного контакту. Наприклад:

*Are you a lesbian? Council's bizarre questions after grandmother reports missed rubbish bag collection. (The Scottish Sun)*

Цей заголовок спочатку шокує читача неочікуваним запитанням, а потім інтригує своїм роз'ясненням. Граючи з емоціями читача, автор не лише привертає його увагу, а й створює необхідну атмосферу.

Необхідно виокремити ще одну надзвичайно важливу функцію мовної гри – *мовотворчу*. В галузі мови мовна гра сприяє створенню нових мовних елементів, що збагачує словниковий склад. Мовна гра – один зі шляхів збагачення мови та мовлення. Ця функція може по-різному проявляти себе. Різновидами мовотворчої є такі функції мовної гри в новинному повідомленні, як смыслотворча й компресивна. Ці функції мовної гри допомагають реалізації інформативної функції новинного повідомлення, яку розглядаємо як різновид референтивної функції мови (за Р. Якобсоном).

Смыслотворча функція полягає у створенні нового змісту за рахунок оригінального використання мови. Мовна гра виступає засобом створення нових смислів, нових асоціативних зв'язків між смислами слів. Наприклад:

*Forget cappuccino, try camel-ccino*

*In Dubai café, patrons sip camel-milk lattes, camel-ccinos and shakes made with camel milk.*

*The newly opened Café2Go is one of the first to put camel milk on its menu and it seems to be passing the taste test with intrigued customers. (CNN)*

Членування непохідної, але ділимої лексичної одиниці *cappuccino* в даному випадку дає змогу автору створити необхідне йому нове слово *camel-ccino*.

Компресивна функція реалізує закон економії мовних зусиль. Ігрові прийоми, на думку Є.Б. Курганової, досить успішно реалізують цю функцію. Але дослідниця виділяє цю функцію з огляду на рекламний текст, де «економія часу та простору є однією з першочергових завдань, які вирішує креатор в галузі реклами». В новинному ж повідомленні ця функція мовної гри проявляється здебільшого в заголовку, де коротко, влучно та виразно потрібно повідомити про зміст повідомлення. Так, наприклад, імена відомих пар в наступних заголовках скорочуються до одного імені:

*Brangelina plan booze for wedding (The Sun)*

*TomKat split final (The Sun)*

Як бачимо, імена Brad Pitt і Angelina Jolie скорочуються до одного імені Brangelina, для позначення їх як пари, й, аналогічно, імена Tom Cruise і Katie Holmes – до імені TomKat.

Однією функцією мовної гри, яка притаманна лише медіатекстам, в тому числі й новинним, є світоглядна функція, яка полягає у здатності мовної гри впливати на цінності, ідеали та світосприйняття. В цьому контексті мовна гра є засобом реалізації ідеологічної функції ЗМІ, яка в свою чергу є різновидом конотативної функції мови. ЗМІ в сучасному суспільстві утворюють глобальне комунікативне середовище, в середині якого утворилася особлива культурно-світоглядна парадигма. Картина світу сучасної людини, її система цінностей і моделей повсякденної поведінки багато в чому задаються ЗМІ, і не в останню чергу – новинними повідомленнями. В даному випадку мовна гра зі своїм багатим арсеналом засобів та прийомів є дієвим засобом впливу: починаючи з відбору фактів для висвітлення, інтерпретації, критики та надання оцінок, й закінчуючи формуванням світогляду читача.

*Are these shorts too short? Foreigners told to cover up in UAE*

*At 23, Asma Al Muhairi has never considered herself a social activist. But a shopping trip to a Dubai mall left her so irate that she started the campaign against revealing clothing and has sparked a major debate in the United Arab Emirates.*

*Al Muhairi's campaign to persuade expats and tourists to dress more modestly began after she and her friend Hanan Al Rayes saw a young woman in shorts that they considered left little to the imagination... (CNN)*



З наведеного прикладу бачимо, як ігрова подача матеріалу, а саме запозичена з художнього жанру структура побудови тексту, цілеспрямовано передає справжні (негативні) почуття героїні й емоційно залучає читача, тим самим змушуючи замислитись над ідеалами та цінностями різних культур. Алітерація в ігровому заголовку не лише привертає увагу читача, а й емоційно впливає й сприяє запам'ятовуванню як самого заголовка, так і тексту.

Як зазначалось вище, ЗМІ утворюють на сьогодні глобальне комунікативне середовище, яке функціонує та розвивається за своїми власними законами й має особливі механізми впливу на громадську думку, соціальні інститути та культуру. Саме всередині даного дискурсивного середовища існує стійкий «попит та пропозиція» на мовну гру як на один з інструментів масового комунікативного впливу. За допомогою мовної гри реалізуються різноманітні прагматичні установки, що робить сучасний текст прагматично інтенсивним: він привертає увагу, оцінює, підтримує контакт з читачем, емоційно на нього впливає, спонукає його до дії. Мовна гра в новинному повідомленні виконує такі властиві для цього типу повідомлень функції, як смислотворчу, компресивну та атрактивну, які є різновидами референтативної та конотативної функцій мови відповідно. Крім того, мовна гра в новинному повідомленні здатна виконувати інші функції ЗМІ, а саме: естетичну, експресивну, маскууючу, дискредитууючу, світоглядну. Вважаємо ці функції різновидом аналітичної функції ЗМІ, яка, в свою чергу, є різновидом референтативної функції мови (за Р. Якобсоном). Аналітична функція ЗМІ, в цілому, непридатна новинним повідомленням, що розкриває маніпулятивний потенціал такого медіатексту.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Болдарева Е.Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций / Е.Ф. Болдарева. Дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19. – Волгоград, 2002. – 18 с.
2. Большая советская энциклопедия [электронный ресурс] – Режим доступа: [www.rubricon.com](http://www.rubricon.com) / Словарь. – В 30 т. – М.: "Советская энциклопедия", 1969-1978.
3. Герцен А.И. Сочинения: В 2-х т / А.И. Герцен. – М.: Мысль, 1985 - 1986.
4. Засурский Я.Н., Алексеева М.И., Болотова Л.Д. Средства массовой информации России / Я.Н. Засурский, М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова – М.: Аспект Пресс, 2001. – 259 с.

5. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест / Е. А. Земская, М. А, Китайгородская, Н. Н. Розанова. – М.: Наука, 1983. – С.172–214.
6. Земятин Е.И. Избранное (Сост. и подгот. текста О.Н. Михайлова) / Е.И. Земятин. — М.: Правда, 1989. — 463 с.
7. Курганова Е.Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте: Учебное пособие / Е.Б. Курганова. – Воронеж: ВГУ, 2004. – 124 с.
8. Негрышев А. А. Языковая игра в СМИ: текстообразующие механизмы и дискурсивные функции (на материале газетных новостей) / А. А. Негрышев. – Inter-Cultural-Net: Международный (электронный) научно-практический журнал. – Владимир: ВФ НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2006. Вып. 5. – С.66–79.
9. Покровская Е.В. Понимание современного газетного текста / Е.В. Покровская. Дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.01. – М., 2003. – 277 с.
10. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов и вузов. –7-е изд., испр. и доп. / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 368 с.
11. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – М.: Языки русской культуры, 2002. – 552 с.
12. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики в конце XX века) / С.И. Сметанина. – Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В.А, 2002. – 382 с.
13. Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы / Р.О. Якобсон. – М.: Прогресс, 1985. – С. 319-330.